



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo

Tesina de grado

Variación en las opiniones de los medios deportivos durante una competencia

Caso de “Olé” y “Cancha Llena” durante el campeonato del Mundial 2014.

Alumno: Paskvalic, Nicolás Alejandro.

Asignatura: Tesina.

Directora de la carrera de periodismo: Prof. Ana Laura García Luna.

Cátedra: Prof. Erica Walter y Prof. Leonardo Cozza.

Tutor designado: Prof. Beladrich, Norberto.

Abstracto

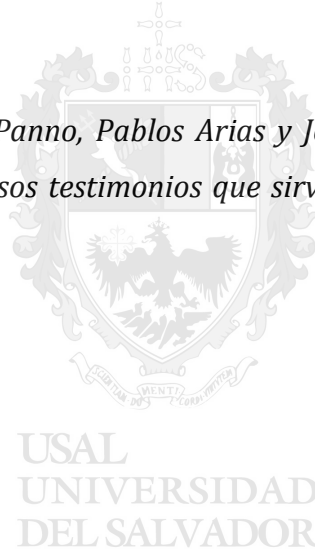
Desde su creación, los medios de comunicación han sido fuente de incontable información y un instrumento extremadamente útil para la sociedad. Como lo indica su definición: los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Además son un soporte sobre el cual se transmiten ideas de diverso tipo que pueden ser noticias de actualidad, mensajes publicitarios, debates ideológicos, etc. Sin embargo en un determinado momento de la historia, los medios se convirtieron en empresas cuyo único objetivo es informar para vender. Es a partir de este punto donde se puede observar, que en muchas ocasiones, los medios adaptan su discurso y a veces hasta guiándose por los pensamientos de la opinión pública.

A lo largo del trabajo se podrá observar como los diarios deportivos, “Olé” y “Cancha Llena”, adaptan su discurso y modifican su pensar conforme se desarrolla el Mundial de Brasil 2014. En otras palabras, se plantea como hipótesis que los medios deportivos tienden a modificar su opinión sobre la Selección Argentina, jugadores y cuerpo técnico, en función de los resultados que se van obteniendo durante la competencia. Para poder comprobar la hipótesis se llevó a cabo un análisis de estos diarios durante los meses de mayo, junio y julio, fechas en las que se habló del torneo. Asimismo se entrevistó a tres periodistas de distintas generaciones para saber su opinión con respecto a la misma. Y mediante la teoría de “agenda setting”, se comprueba la relevancia que le dan a ciertos temas, sea jugadores y técnico, criticándolos o elogiándolos conforme avanzan en la competencia.

Palabras clave: Medios, Variación en las opiniones, Mundial 2014, resultados.

Agradecimientos

- *Especialmente a mis padres Daniel, Margarita y mi novia Soledad.*
- *A mis amigos más cercanos, por su constante y eterno apoyo.*
- *A mi tutor académico, Lic. Norberto Beladrich, por su permanente disposición y capacidad de orientarme durante mi trabajo.*
- *A los periodistas Juan José Panno, Pablos Arias y Jonatan Fabbíán, por su buena predisposición y por sus valiosos testimonios que sirvieron para la confección de la tesina.*



Índice

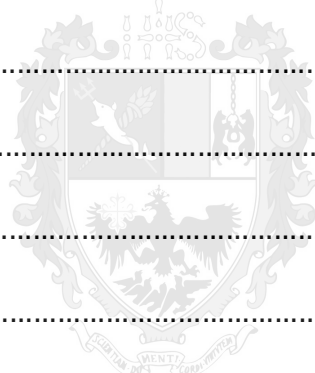
	Página
- Abstracto	2
- Agradecimientos	3
- Hipótesis	6
- Introducción	6
- Capítulo 1: Una revisión histórica de los medios de comunicación en los Mundiales	9
- Capítulo 2: Análisis en conjunto de la línea editorial del diario online “Olé” y del diario impreso “Cancha Llena” sobre el Mundial de fútbol 2014	17
2.1 Primera etapa:	
• Los días previos al Mundial desde la perspectiva de diario “Olé”	17
• Los días previos al Mundial desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	22
2.2 Segunda etapa:	
• Comienza el Mundial desde la perspectiva del diario “Olé”	27
• Comienza el Mundial desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	28
• Primer partido desde la perspectiva del diario “Olé”	30
• Primer partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	32
• Segundo partido desde la perspectiva del diario “Olé”	36
• Segundo partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	39
• Tercer partido desde la perspectiva del diario “Olé”	41
• Tercer partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	44
• Cuarto partido desde la perspectiva del diario “Olé”	48
• Cuarto partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena”	51

- Quinto partido desde la perspectiva del diario “Olé” 53
- Quinto partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena” 57
- Sexto partido desde la perspectiva del diario “Olé” 59
- Sexto partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena” 65
- Séptimo partido desde la perspectiva del diario “Olé” 69
- Séptimo partido desde la perspectiva del diario “Cancha Llena” 72

2.3 Tercera etapa:

- Termina el Mundial desde la perspectiva del diario “Olé” 75
- Termina el Mundial desde la perspectiva del diario “Cancha Llena” 77

- Capítulo 3: Comparación entre ambos medios	80
- Conclusión	83
- Bibliografía	87
- Reseña	94
- Anexos	102



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Título: Variación en las opiniones de los medios deportivos durante una competencia.

Subtítulo: Caso de “Olé” y “Cancha Llena” durante el campeonato del Mundial 2014.

Hipótesis: Los medios deportivos tienden a modificar su opinión sobre la Selección Argentina, jugadores y cuerpo técnico, en función de los resultados que se van obteniendo durante la competencia.

Introducción

En sus orígenes, los medios de comunicación fueron creados exclusivamente como una herramienta de información. El desarrollo de las sociedades, y en especial los avances tecnológicos, ampliaron las funciones de los medios convirtiéndolos en ejes esenciales de la vida humana. Nos damos cuenta cuando prendemos el televisor, ojeamos los diarios, y observamos una conexión constante con un mundo totalmente globalizado.



Los medios cumplen diferentes funciones, entre las cuales podemos nombrar:

1. **Informar:** por su carácter masivo, todas las personas pueden compartir y conocer, en tiempo real, los hechos que suceden en su entorno. Fundamentalmente a través de la radio y la televisión.
2. **Entretener:** Si bien la televisión es la fuente principal de entretenimiento masiva, otros medios cumplen con la misma función en distintos grados. Por ejemplo, la radio brinda música para diferentes personas con múltiples gustos y a todo momento. Lo mismo hacen los portales online como Youtube, en donde se suben distintos videos con el propósito específico de entretener. Podemos incluir también a las películas, los libros y las revistas que brindan comedia, tragedia, sexo y acción para

divertirnos. Inclusive los periódicos ofrecen diversión en la forma de artículos de interés humano, crucigramas, historietas cómicas y horóscopos. Esto se debe a que las personas no quieren saber sólo de noticias, también desean hallar un momento para relajarse y dejar de lado las presiones del día.

3. **Educar:** esta función se remonta a la aparición de la imprenta, la cual impulsó la difusión masiva de textos. En general, se mantiene y amplifica en nuestros días, apoyada en la tecnología, y en la masificación de internet. Dentro de su función educativa, los medios masivos de comunicación recogen y transmiten los valores culturales de las distintas generaciones.

4. **Persuadir, orientar y formar opinión:** son aquellas que pretenden convencer al receptor sobre un tema o sobre algo específico y utilizan la argumentación como soporte principal y fundamental para este fin. Es importante destacar que los medios se utilizan para formar la opinión pública, influir en los votantes, cambiar actitudes, moderar la conducta, derrumbar mitos y vender productos.

5. **Socializar:** sirve para formar consenso y para compartir información común y que nos integre unos con otros.

6. **Marketing o publicidad:** una información publicada que predispone a la población a la demanda (o no) de un producto o un servicio.

Como se puede observar, éstas son algunas de las tantas funciones que tienen los medios de comunicación. Muchos han criticado con dureza las funciones de entretenimiento, opinión y marketing, ya que consideran que reportan beneficios económicos e idiotizan al colectivo social, sumado a que de esta manera no se le da tanta importancia a otras funciones como las de informar y educar. A pesar de ser una de las más criticadas, a lo largo de la historia, las sociedades han buscado y elegido distintas formas de diversión, principalmente con el propósito de distraerse de las rutinas cotidianas. Tenemos varios casos, como el de los romanos con su famoso Coliseo o el de los griegos con sus comedias y tragedias.

Estas elecciones ocurren en distintas partes del mundo y, en el caso de nuestro país, la opción principal es el fútbol. Nuestro país respira y habla sobre este deporte; somos un pueblo pasional y fanático, disfrutamos ver competir a nuestros equipos en los torneos locales, en la copa Libertadores de América, Sudamericana y mundiales de fútbol. Adondequiera que vayamos, ya sea el trabajo, la universidad, el colegio, etc., hablamos del fútbol. Cuando organizamos un asado, picadas o nos reunimos en un café se habla de fútbol. Muchos disfrutamos ir a la cancha y otros preferimos verlo tirados en el sillón de casa. ¿Cuántos hemos gritado un “gol” en el último minuto?, ¿Cuántos hemos llorado por quedarnos en el camino de un torneo? Y de estos ejemplos hay muchos.

Dicho esto, en este trabajo se podrá observar un análisis y una comparación detallados sobre el tratamiento editorial que el diario online “*Olé*” y el diario gráfico “*Cancha Llena*” dieron al Mundial de fútbol 2014. Para ello se analizará y se comparará ambos periódicos con lo ocurrido desde el 13 de mayo al 15 de julio de 2014. La intención será mostrar cómo los medios deportivos tienden a modificar su opinión sobre la Selección Argentina, jugadores y cuerpo técnico, en función de los resultados que se van obteniendo durante la competencia.

Como consecuencia, se podrá observar y analizar las opiniones que dieron sobre los futbolistas con respecto a su juego después de los partidos, así como las decisiones del cuerpo técnico durante los mismos; examinar el contenido de las declaraciones de Sabella y los jugadores durante sus conferencias de prensa; resaltar cómo fue cambiando la opinión pública y la de los periodistas durante y después del mundial, así como las novedades tecnológicas, hits y cábalas que surgieron alrededor del evento deportivo.

Capítulo 1: Una revisión histórica de los medios de comunicación en los Mundiales.

Antes de 1904, año en el cual se fundó la Federación internacional de Asociaciones de Fútbol “FIFA”, el fútbol no era más que un deporte amateur de entretenimiento creado por los ingleses. Sin embargo, con el fin de organizar y desarrollar este deporte, en 1928 la FIFA organizó un congreso donde se decidió la realización de un torneo de fútbol profesional de alcance internacional, conocido como el Mundial de 1930. A partir de ese momento, el fútbol se profesionalizó y consiguió un lugar de privilegio dentro de los deportes. En total, sin contar el Mundial 2014, hubo 19 campeonatos en los que se dieron pequeños avances tecnológicos que permitieron fomentar el desarrollo de los medios de comunicación a escala global. Ellos facilitaron a los espectadores leer, escuchar y ver los distintos partidos de sus selecciones. El primer Mundial televisado fue el de Suiza de 1954, pero antes hubo cuatro ediciones. Muchos se preguntarán: ¿cómo se enteraban de los resultados los espectadores del planeta? La forma más fácil de contestar a esa pregunta es repasar las 19 ediciones y cómo los medios de comunicación fueron creciendo y desarrollándose en la cobertura de estos torneos conforme pasaron los años:

- **Mundial de Uruguay de 1930:** fue un campeonato familiar y “entre amigos”. La prensa escrita fue el principal medio que cubrió los partidos junto a algunas emisoras de radio. Entre ellos podemos destacar al diario argentino “La Nación” y al diario italiano “La Stampa”.



Diario Argentino “La Nación” – Uruguay 1930.

- **Mundial de Italia 1934:** es el primer torneo que permite seguir los partidos desde afuera del estadio.



Gracias a Nicolò Carosio, el inventor del concepto de crónica deportiva, quien propulsaría el deporte con sus comentarios radiofónicos.

En ese entonces, los aparatos radiales eran muy costosos y solo las familias más pudientes podían acceder a ellos. Por ese motivo, para poder escuchar a los periodistas y noteros que cubrían este deporte, las personas solían juntarse en la casa de alguno que lo tuviese para seguir los partidos y enterarse de los resultados. De igual forma la prensa escrita acompañaría el resto de la competencia.



Familias reunidas alrededor de la radio.

Diario Italiano, "La Stampa"
Italia 1934.



- **Mundiales de Francia 1938 y Brasil 1950:** los partidos se registraban en materiales fílmicos y eran seguidos por radio y prensa escrita.



Diario brasileño "Folha da Manhã" – Brasil
1950.

- **Mundial de Suiza 1954:** la cadena Eurovisión televisó por primera vez un mundial. Debido a los problemas económicos que en aquellos tiempos sufrían los países europeos, una gran parte de la población no podía viajar tan fácilmente, por lo que Francia, Inglaterra, Bélgica, Italia, Dinamarca, Holanda, Suiza y Alemania hicieron una alianza histórica. Así crearon Eurovisión, la primera cadena de televisión europea, la cual transmitió todos y cada uno de los partidos dentro de esos países.



Diario español "La Vanguardia" – Suiza 1954.



Aparato de televisión.

- **Mundial de Suecia 1958:** Además de que la prensa escrita y las radios transmitieron todo el desarrollo del evento deportivo, 63 países recibieron la señal de TV, en vivo.



Diario brasileño "Folha da Manhã" – Suecia 1958.

- **Mundial de Chile 1962:** En este caso la televisación retrocede ya que no se pudieron transmitir partidos en vivo. Esto se debió a la falta de infraestructura y a un terremoto ocurrido en el país en 1960.



Diario brasileño "Folha do Sao Pablo" –

Chile 1962.

- **Mundial de Inglaterra 1966:** Durante esta competencia hizo su aparición el satélite y la televisión a color. Aunque la transmisión satelital se realizó en la inauguración, solo algunos espectadores pudieron disfrutar de los partidos a color. De todas formas, la televisión cubrió extensamente cada partido y las imágenes fueron transmitidas en todo el mundo, transformando al Campeonato Mundial en el primer evento deportivo universal.



Diario inglés "The Guardian" – Inglaterra 1966.

- **Mundial de México 1970:** gracias al technicolor, la transmisión de la Copa del Mundo fue totalmente en vivo y a color. No obstante, solo accedieron cadenas y países que disponían de la tecnología. De a poco, el fútbol se imponía como un producto televisivo universal, al igual que la tv a color, que comenzaba a emerger como un nuevo estándar mundial.



Diario brasileño "Folha do Sao Pablo" – México 1970.

- **Mundial de Alemania 1974:** la prensa escrita y la radio acompañaron el desarrollo de este torneo. Por su parte, a medida que se iba consolidando la expansión y mejorando la experiencia en la cobertura de la televisión vía satélite, la cobertura entró en una fase de decadencia y comenzó a ser cada vez más conservadora. En América Latina, sin embargo, existía una gran rivalidad entre las compañías. Este hecho no produjo grandes sumas de dinero, pero ayudó a que el

fútbol se convirtiese en un componente clave para consolidar la integridad de cada nación.



Diario español "La Vanguardia" – Alemania 1974.

- **Mundial de Argentina 1978:** Acá nació la televisión de la Copa del mundo tal cual la conocemos. Gracias a los lanzamientos masivos de los satélites, se usó la tecnología satelital para que los partidos se transmitieran de manera más sencilla y casi para todo el mundo. Sin embargo, en nuestro país los partidos se vieron en blanco y negro debido a un problema de logística y de la norma. El único partido que se vio a color fue la final bajo una norma alemana PAL-N.



Televisión a color.



Revista argentina "El Gráfico" – Argentina 1978.

- **Mundial de España 1982:** La prensa mundial seguiría de cerca el evento con todos los medios disponibles del momento. Desde diarios, revistas, programas radiales y televisivos. Claro que conducidos por periodistas y noteros capacitados para cubrir el Campeonato Mundial. Además, se seguirían sumando países que recibirían la señal en vivo y a color.



Diario italiano "Stampa Sera" – España 1982.

- **Mundial de México 1986:** Durante esta edición, la televisión utilizó por primera vez diseños de animación para mostrar los resultados y las repeticiones de las jugadas.



Diario argentino "Crónica" – México 1986.

- **Mundial de Italia 1990 / Mundial de EEUU 1994 / Mundial de Francia 1998:** En cuanto a los ya mencionados, no hubo avances tecnológicos de relevancia para estos torneos. Por supuesto que se fueron mejorando los ya existentes y haciendo del fútbol un deporte más popular.



Diario español "Sport" – Italia 1990.



Diario brasileño "La Tercera" – EEUU 1994.



Revista argentina "El Gráfico" – Francia 1998.